UDK: 005.342-055.2:[739.2:622.33; 338.45:671.1/.2(497.16)
Pregledni rad

NAKIT OD UGLJA: KA UČITAVANJU NOVIH ZNAČENJA

***Branko Banović*[1]**
Etnografski institut SANU
Beograd, Srbija

Apstrakt: *Kako sagorevanje uglja predstavlja jedan od najvećih izvora zagađenja vazduha na globalnom nivou, EU različitim mehanizmima pokušava umanjiti upotrebu ovog fosilnog goriva i stimulisati proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora. Tragovi rudarenja u pljevaljskom kraju sežu u daleku prošlost, a od socijalističkog perioda razvojne perspektive grada počinje da odlikuje snažna sirovinska orijentacija, koja se dominantno zasniva na eksploataciji uglja. Upravo u periodu kada se problematizuje prestanak rada Termoelektrane u Pljevljima, a samim tim i budućnost eksploatacije uglja u jednom od najzagađenijih gradova Evrope, lokalne umetnice i preduzetnice okupljene u NVO „Kišobran za Sunce" počinju da izrađuju nakit i druge ukrasne predmete od pljevaljskog uglja – nazivajući ga u promotivnom materijalu pljevaljskim crnim zlatom. Polazeći od šireg okvira kreativnih industrija u radu se analizira ovaj zanimljiv i inovativan projekat ženskog preduzetništva i pažnja se usmerava na*

[1] branko.banovic@ei.sanu.ac.rs.

proces nastajanja novog simboličkog, kulturnog, identitetskog i estetskog doživljaja fosilnog goriva, čija eksploatacija leži u osnovi razvoja Pljevalja kao industrijskog centra.

Ključne reči: *nakit ukrašen ugljem, NVO „Kišobran za Sunce", minđuše, privesci, identitet, Pljevlja, žensko preduzetništvo*

UVOD

Nevladina organizacija „Kišobran za Sunce" iz Pljevalja pokrenula je 2019. godine projekat izrade unikatnog nakita ukrašenog ugljem.[2] Akcenat je na lokalnom identitetu, pa se nakit povremeno promoviše uz lokalnu odrednicu „pljevaljski ugalj". Izmeštanje uglja u novi estetski i simbolički ambijent, kao i ukupni kontekst u kome se javlja ideja za ovaj interesantan projekat ženskog preduzetništva i unutar koga se on počinje realizovati, čini ga inspirativnim za antropološku analizu. Stoga se i rad pred nama bavi kreativnim i kulturnim industrijama, društvenom ulogom mode i nakita, pitanjem identiteta, ali i izazovima koje nose tekuća zelena tranzicija i aktivnosti koje se na globalnom nivou sprovode na planu smanjenja sagorevanja uglja, a koje imaju svoje posebno izražene lokalne manifestacije u gradovima čija se ekonomska osnova zasniva na eksploataciji i sagorevanju ovog energenta. Dosadašnja istraživanja ukazuju na to da Pljevljaci imaju izraženu svest o tome da u rudarenju leže ekonomska osnova i privredni razvoj modernih (socijalističkih) Pljevalja, kao i da sebe identifikuju kao stanovnike rudarskog mesta. S javnom slikom Pljevalja kao rudarskog mesta povezane su i brojne identitetske kontroverze, tako da postoji uverenje da su zbog te slike zanemareni drugi aspekti identiteta grada.

[2] Izlaganje „Nakit od uglja: Ka učitavanju novih značenja" saopšteno je na konferenciji „Kulturne i kreativne industrije & baština: Potencijali i izazovi" u organizaciji Društva za kulturni razvoj „Bauo", održanoj u Petrovcu na Moru 4–6. marta 2022. godine.

Zbog toga se po pravilu teži predstavljanju identiteta preko nekih od vrednih kulturnih dobara kao što su luksuzna rimska čaša Dijatreta, manastir Svete Trojice, Husein-pašina džamija ili most na Tari, dok nematerijalnu kulturnu baštinu predstavljaju pljevaljski sir, tambura, ratluk i sporadično sok od ruže. Vlastito iskustvo rada u komisiji za izbor gradskog suvenira (2021) pokazuje da i autori koji nisu iz Pljevalja identitet grada teže da predstave kroz neko od ovih kulturnih dobara ili njihovu kombinaciju. Navedena materijalna kulturna dobra, na različite načine, već godinama unazad valorizovana su kroz različite suvenire. Dok se za njih vezuju pozitivne slike koje stvaraju i pozitivne emocije, ugalj za Pljevljake ima dvojako značenje. S jedne strane, podseća ih na ekonomsku moć grada, a s druge, na devastaciju zdravlja građana i ukupne životne sredine. Neočekivano, projekat izrade nakita ukrašenog ugljem ostavlja po strani ovaj ambivalentni simbolizam koji se vezuje za ugalj i u prvi plan stavlja jedan potpuno novi simbolički, kulturni, identitetski i estetski doživljaj fosilnog goriva, čija eksploatacija leži u osnovi razvoja Pljevalja kao industrijskog centra. Teorijski okvir za kontekstualizovanje ovog interesantnog projekta zasniva se na konceptima kulturnih i kreativnih industrija (Kisić 2011; Jovičić, Mikić 2006), uključuje poznavanje društvene uloge nakita (Kopytoff 1986; Stahl 2010; Tilley *et al.* 2006; Gregorietti 2022) i funkcije mode u društvu (Blumer 1969; Crane, Bovone 2006; Aspers, Godart 2013; Velimirović 2015), kao i razumevanje identitetskih osobenosti Pljevalja sa naglaskom na identitetu rudarskog mesta (Banović, Milenković 2022).[3]

[3] Rudarske identitetske osobenosti Pljevalja detaljno su obrađene u radovima: „Ekonativizam i aproprijacija zelene politike: Kontroverze u vezi sa otvaranjem rudnika litijuma Rio Tinto u Loznici i prestankom rada Termoelektrane Pljevlja“ (Banović, Ćuković, Milenković), koji je dostavljen časopisu *Kritika* (Univerzitet u Beogradu, Institut za filozofiju i društvenu teoriju) i „Izazovi multikulturalizma u savremenoj Crnoj Gori (Pljevlja kao studija slučaja)“ (Banović), koji će biti objavljen u zborniku radova sa međunarodne naučne konferencije „Crna Gora na političkoj i kulturnoj mapi Evrope CLIO MAP“ (Univerzitet Crne Gore, Istorijski institut). Oba rada će biti objavljena u toku 2022. godine.

IZRADA NAKITA UKRAŠENOG UGLJEM KAO USPEŠAN PRIMER LOKALNIH KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA

Projekat izrade nakita ukrašenog ugljem predstavlja interesantan primer kulturnih i kreativnih industrija. Autorke ne posežu za „sigurnim" simbolizmom, odnosno ne valorizuju one elemente kulturnog, istorijskog ili prirodnog nasleđa Pljevalja koji „garantovano" bude pozitivne emocije, već potpuno neočekivano, iz uobičajenog privrednog i ekološkog konteksta – ugalj izmeštaju u polje novog simboličkog, estetskog i identitetskog doživljaja. Naime, kulturne i kreativne industrije bave se simboličkim dobrima i kombinuju stvaranje, proizvodnju i komercijalizaciju sadržaja svojstvenih kulturi. Imaju poreklo u individualnom umeću i talentu, a ekonomska vrednost dominantno proizilazi iz njihove kulturne vrednosti (Kisić 2011; Jovičić, Mikić 2006). Tranzicija od kapitalističkih ka postkapitalističkim društvima i prelazak sa ekonomije robe na ekonomiju usluga društvene su okolnosti koje pogoduju razvoju kulturnih i kreativnih industrija. Pripadajući deo ovog društvenog konteksta su digitalizacija, povezanost, globalizacija, rastuća potražnja za ekonomijom zabave, ekspanzija ekonomije zasnovane na znanju i ekspanzija sektora koji spadaju pod intelektualnu svojinu. Zajedničko za sve kulturne industrije jeste korišćenje kreativnosti znanja iz oblasti kulturne i intelektualne svojine za proizvodnju robe i usluga od društvenog i kulturnog značaja. Iako se kulturne i kreativne industrije često smatraju sinonimima, kreativne industrije se dominantno shvataju kao one koje se ne ograničavaju samo na aktivnosti usko vezane za kulturu, već uključuju sve proizvode bazirane na kreativnosti (Kisić 2011, 199–202). Minđuše i privesci ukrašeni ugljem željene identitetske impulse komuniciraju s potencijalnim korisnicima (dominantno Pljevljaci u dijaspori) preko Instagram naloga NVO „Kišobran za Sunce" na kome se može poručiti nakit, koji se kasnije dostavlja poručiocu na adresu. Ovaj nakit se takođe

Slika 1. Nakit i predmeti od uglja
(foto: Mira Pejatović, NVO „Kišobran za Sunce“)

može kupiti u prostorijama NVO „Kišobran za Sunce“, privatno kod osoba angažovanih u organizaciji ili na štandu organizacije prilikom organizovanja lokalnih sajmova. Cena nakita je pet evra. Izrađujući minđuše i priveske ukrašene ugljem, autorke projekta su sirovini koja leži u osnovi ekonomskog razvoja Pljevalja dale estetsku dimenziju i ovim originalnim nakitom uspele da evociraju identitet grada – tačnije upravo onu dominantnu i važnu identitetsku kariku koja je nedostajala u dosadašnjim pokušajima valorizacije identiteta grada putem nakita ili suvenira. To se dešava u momentu kada se najintenzivnije problematizuje pitanje daljeg sagorevanja uglja u Pljevljima.

Sama tehnika izrade minđuša i privezaka ukrašenim ugljem odvija se na sledeći način. Dvokomponentna epoksidna smola izlije su u kalup

željenog oblika i u nju se aplicira komadić uglja. Kako bi zadržao potrebnu vlažnost, umetnuti komadić uglja prethodno se čuva u posebnoj tegli. Naglasak projekta je na izradi minđuša, ali izrađuju se i privesci i drugi predmeti. Preduzetnička ideja se ne ograničava samo na nakit, već se planira izrada komada nameštaja, slika koje koriste podlogu od uglja, izrada reljefa i statua, kao i drugih predmeta. Ideju za projekat dobila je Mira Pejatović, slobodna umetnica sa obrazovanjem u rudarstvu i geologiji, koja je deo karijere provela radeći u rudarskoj industriji, a koja svoje umetničke sklonosti ostvaruje preko angažmana u nevladinoj organizaciji „Kišobran za Sunce", čija je direktorka. Podstrek za razvijanje ideje dobila je od sekretarke za društvene delatnosti Opštine Pljevlja, Emine Salihović, koja je smatrala da ugalj kao značajan segment identiteta Pljevalja treba valorizovati kroz određene suvenire. U tom kontekstu, imajući na umu prethodne uspešne angažmane NVO „Kišobran za Sunce" na promociji kulturnog nasleđa Pljevalja (npr. izrada glinenih replika nadgrobnih spomenika sa rimskog lokaliteta Municipium S), zamolila je Miru Pejatović da razvije ideju za valorizovanje uglja u kontekstu lokalnih kulturnih i kreativnih industrija. Autorki se javila ova interesantna ideja koju od početka realizuje uz pomoć svoje porodice i tima saradnica, a pod povremenim finansijskim pokroviteljstvom Opštine Pljevlja.

KONTEKSTUALIZOVANJE PROJEKTA IZRADE NAKITA UKRAŠENOG UGLJEM

Tragovi rudarenja u pljevaljskom kraju sežu u daleku prošlost, ali ova industrijska grana tek u periodu socijalizma počinje sistematski i ubrzano da se razvija. Zbog potrebe za sigurnijim energetskim izvorom i imajući na umu do tada utvrđene rezerve uglja u pljevaljskom kraju, Republika Crna Gora sredinom sedamdesetih godina pristupa izgradnji Termoelektrane Pljevlja. Od stavljanja u pogon 1982. godine, ovaj najveći energetski izvor Crne Gore, u zavisnosti od različitih faktora koji utiču

na proizvodnju i distribuciju električne energije, čini trećinu, polovinu, a nekad i dve trećine ukupne proizvodnje električne energije u Crnoj Gori (Joknić 2002, 23–48). Pljevaljska kotlina osobena je po tome što ima visok potencijal za akumuliranje zagađujućih materija u prizemnom sloju atmosfere. Naime, česta pojava temperaturnih inverzija u zimskim mesecima uzrokuje zadržavanje polutanata koji su proizvod sagorevanja fosilnih goriva neposredno iznad tla, što dovodi do pojave visokih koncentracija zagađujućih materija u najnižim slojevima. Registrovane vrednosti polutanata čine Pljevlja jednim od najzagađenijih evropskih gradova. Efekti koje ostavljaju povišene vrednosti SO_2, kao i PM10 i PM2,5 čestičnih materija uključuju probleme sa disanjem i respiratornim sistemom, oštećenje plućnog tkiva, rak i prevremenu smrt. Starija lica, deca i osobe sa hroničnim plućnim bolestima, gripom ili astmom posebno su ranjivi (Kojičić 2021, 65–68). S jedne strane, Rudnik uglja i Termoelektrana su generatori velikog broja direktnih i sa njima povezanih radnih mesta, u značajnoj meri učestvuju u prihodima državnog i lokalnih budžeta, kao i finansiranju lokalnih sportskih, kulturnih i drugih društvenih aktivnosti. S druge strane, reč je o velikim zagađivačima koji predstavljaju pretnju ne samo građanima koji žive u njihovoj neposrednoj blizini već i mnogo šire. Zbog navedenog, odnos Pljevljaka prema uglju je ambivalentan. U sagorevanju ove mineralne sirovine leži ekonomska moć grada, ali sagorevanje uglja ostavlja brojne negativne posledice na zdravlje ljudi i životnu sredinu. U skladu s preuzetim međunarodnim obavezama na smanjenju učešća sagorevanja uglja u proizvodnji električne energije, Termoelektrana Pljevlja prva je regionalna termoelektrana kojoj preti prestanak rada zbog potrošenih radnih sati predviđenih EU Direktivom o velikim ložištima.[4]

[4] Ratifikacijom Ugovora o osnivanju Energetske zajednice (2005/2006), zemlje regiona Zapadnog Balkana preuzele su obaveze na smanjenju učešća sagorevanja uglja u proizvodnji električne energije. U Izveštaju Sekretarijata energetske zajednice koji problematizuje praćenje energetske tranzicije navodi se da bi više blokova u termoelektranama na ugalj trebalo da bude zatvoreno zbog usaglašavanja sektora proizvodnje

Ideja za projekat izrade nakita ukrašenog ugljem javlja se upravo u momentu kada se sve češće problematizuje pitanje budućnosti Termoelektrane i sagorevanja uglja u Pljevljima, a posredno i ukupne budućnosti grada, i kada privatnim diskursima sve češće dominiraju teme u kojima se problematizuje ambivalentan odnos Pljevljaka prema uglju (Banović, Milenković 2022).[5] Navedene osobenosti šireg društvenog konteksta projektu daju posebnu lokalnu identitetsku dimenziju, koja se, između ostalog, ogleda i u sloganima kojima se reklamira prodaja nakita na Instagram stranici NVO „Kišobran za Sunce": „Pljevaljsko crno zlato", „Neka vam je toplo oko srca gdje god bili", „Toplina doma", „Toplina Pljevalja", „Ponesite toplinu svog zavičaja", „Lijepo je doći u svoju čaršiju".

električne energije sa pravilima EU Direktive o velikim ložištima (Direktiva o velikim ložištima određuje limite za emisije sumpor-dioksida (SO_2), azotnih oksida (NO_x) i prašine iz postojećih elektrana, ali ujedno omogućava ugovornim stranama Energetske zajednice da izuzmu pojedina velika ložišta iz režima primene EU direktive – preciznije da od januara 2018. do decembra 2023. mogu da rade ukupno najviše 20.000 sati. Tenzije na lokalnom nivou posebno unose predviđanja o mogućem ukidanju velikog broja direktnih i indirektnih radnih mesta, nužnim migracijama i velikom ekonomskom slomu grada koji je svoj razvoj bazirao na sirovinskoj orijentaciji (Directive 2001/80/EC of the European Parliament and of the Council of 23 October 2001 on the limitation of emissions of certain pollutants into the air from large combustion plants. In Official Journal of the European Communities L 309 Volume 44, 27/11/2001 P. 0001 – 0021. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2001.309.01.0001.01.ENG&toc=OJ%3AL%3A2001%3A309%3ATOC (pristup: 24. 9. 2021. godine). O kontroverzama u vezi sa mogućim prestankom rada TE Pljevlja više videti u tekstu: Tomović, P. 2021. „Termoelektrana Pljevlja: Rekonstrukcija ili gašenje". *Radio Slobodna Evropa*. https://www.slobodnaevropa.org/a/termoelektrana-pljevlja-ekoloska-rekonstrukcija/31494222.html (pristup: 28. 12. 2021).

[5] Antropologija rudarenja kao relativno nova disciplina proučava uticaj ekonomskog razvoja na društvenu promenu, ali i savetuje o tome kako izbeći da ekološka devastacija bude praćena i socijalnom (Jacka 2018). Istraživanja iz oblasti antropologije rudarenja u Pljevljima su sprovodili (i dalje sprovode) antropolozi Branko Banović i Miloš Milenković (Banović, Milenković 2022), kao i antropolog Miloš Đurović, koji u Pljevljima istražuje za potrebe izrade doktorske disertacije na Univerzitetu u Regenzburgu, fokusirajući se na teme lokalnog aero-zagađenja. Istraživanja pomenutih autora i dalje traju, tako da se na osnovu terenskih istraživanja sprovedenih u Pljevljima, u skorije vreme očekuje objavljivanje više naučnih radova iz oblasti antroplogije rudarenja.

EVOCIRANJE IDENTITETA PUTEM KOMADIĆA UGLJA

U različitim kulturnim kontekstima nakit može imati višestruke funkcije kao što su isticanje bogatstva, prenošenje znanja ili spiritualne poruke, evociranje ili pojašnjenje istorijskih događaja, identifikacija pojedinaca s grupom, ukazivanje na bračni status osobe, podsećanje na neki od obreda prelaza, a može imati i trgovačku funkciju. Može se koristiti u različitim oblicima – primera radi lančići, prstenje, narukvice, ukrasi za glavu, šnale za kosu ili privesci. Može biti od metala, tekstila, stakla, kamena ili neke forme uzete od biljaka i životinja. Postoje verovanja da nošenje određenog nakita donosi sreću, ima lekovito dejstvo ili apotropejsku funkciju. U najširem značenju, nakit predstavlja svaki ornament koji se stavlja na telo i koji ima određenu simboličku vrednost (Kopytoff 1986; Stahl 2010; Tilley *et al*. 2006; Gregorietti 2022; Ahde-Deal 2013; Moors 2013; Oakley 2017). Nakit nije samo za ovaj trenutak i ovu generaciju, već povezuje prošle i buduće generacije i osigurava neku vrstu kulturnog kontinuiteta. U tom kontekstu, iako se danas uglavnom masovno proizvodi, širom sveta deluju pojedinci, zanatlije i umetnici, koji su zadržali tradicionalne procedure i tehnike izrade nakita i koji nasleđeno znanje čuvaju i prenose budućim generacijama kao važan segment nematerijalnog kulturnog nasleđa. Nakit ukrašen ugljem je unikatan, a da li će poprimiti neka od navedenih značenja zavisi od mnogo drugih, prevashodno ličnih momenata. Individualna vrednost predmetnog nakita ne proizilazi iz objektivne ekonomske vrednosti. Dok dragi kamen može koštati od nekoliko stotina do nekoliko hiljada, desetina hiljada, čak i miliona evra, minđuše i privesci ukrašeni ugljem prodaju se za pet evra. Nošenje minđuša/privezaka ukrašenih ugljem (za sada) ne može se smatrati modom, jer kupovina i nošenje ovog nakita dominantno su motivisani lokalnim identitetskim sentimentima koji su lične prirode. Naime, ukoliko bi krenuli od bazičnog određenja mode,

ona bi predstavljala kulturni fenomen koji integriše pojedinca, kulturu i privredu i odnosila bi se na institucionalizaciju novine. Kao kulturni fenomen moda je odgovorna za lociranje pojedinaca unutar konstantno menjajuće mreže objekata, ljudi, događaja, stilova i praksi, kao i unutar različitih društvenih slojeva i zajednica, a postaje važna tehnika za uspostavljanje društvene razlike i individualnosti (Blumer 1969; Crane, Bovone 2006; Aspers, Godart 2013; Velimirović 2015). Nije isključeno da u (globalno poželjnom) postkarbonskom društvu i u kontekstu aktivnosti na zelenoj tranziciji minđuše i privesci ukrašeni ugljem mogu poprimiti karakter institucionalizovane novine, što bi ovaj projekat učinilo tržišno kompetitivnim izvan lokalnog konteksta. Ipak, u ovom momentu tržišni potencijal nakita ukrašenog ugljem leži u njegovom karakteru lokalnog suvenira. Ovde imam na umu opšteprihvaćena određenja suvenira kao što su uloga čuvara uspomena i pripovedača o istoriji i tradiciji (Zeman, Zeman 2011). Budući da suveniri čuvaju uspomene i teže da uspostave što trajniju vezu gosta sa destinacijom, uz adekvatan razvoj kulturnog turizma (a Pljevlja imaju potencijal za razvoj kulturnog turizma), minđuše i privesci ukrašeni pljevaljskim ugljem mogu postati veoma poželjan lokalni suvenir.

Efektno evociranje važnog aspekta lokalnog identiteta leži u osnovi ovog projekta. Naime, autorke evociraju dominantnu identitetsku kariku koja se vezuje za rudarenje, koja je nedostajala, a verovatno i bila nepoželjna („nečista", „prljava") (Daglas 2001 [1966]) prilikom dosadašnjih pokušaja valorizacije identiteta grada putem nakita ili suvenira. U razumevanju identiteta polazimo od činjenice da identitet nije fiksiran, nepromenljiv ili primordijalan, već da je potpuno sociokulturan u svom poreklu. U antropologiji i sociologiji označava načine na koje se pojedinci i kolektivi razlikuju u njihovim odnosima prema drugim pojedincima i kolektivima, a identifikacija predstavlja sistematsko uspostavljanje i značenje veza sličnosti i razlika između pojedinaca, između kolektiva i između pojedinaca i kolektiva (Eriksen 2004; Jenkins 2008). Kada je

u pitanju lokalni identitet Pljevalja – odnosno one kulturne, istorijske, prirodne ili privredne osobenosti Pljevalja sa kojima Pljevljaci teže da se identifikuju – dosadašnja istraživanja ukazuju na to da Pljevljaci imaju izraženu svest da u rudarenju leže ekonomska osnova i privredni razvoj modernih Pljevalja, stoga sebe i identifikuju kao stanovnike rudarskog mesta. Takođe, postoji svest da ih i drugi vide kao stanovnike rudarskog mesta, a sa ovom javnom slikom Pljevalja povezane su brojne identitetske kontroverze, kao i generisanje osećaja nepravde koji izaziva rasprostranjeno uverenje da su Pljevljaci žrtve ekstremne sirovinske orijentacije u razvoju grada.[6] U težnji da promene ovu javnu sliku, Pljevljaci su želeli da lokalni identitet iskažu uglavnom kroz pripadajuća materijalna i nematerijalna kulturna dobra – luksuznu rimsku čašu Dijatretu, manastir Svete Trojice, Husein-pašinu džamiju, most na Tari, a nematerijalnu kulturnu baštinu kroz pljevaljski sir, tamburu, ratluk i sporadično sok od ruže. Iskustvo rada u komisiji za izbor gradskog suvenira pokazuje da autori i koji nisu iz Pljevalja grad uglavnom identifikuju s nekim od navedenih materijalnih kulturnih dobara ili njihovom kombinacijom. Ova kulturna dobra su već godinama unazad valorizovana kroz različite suvenire, ali dominantno rudarsko identitetsko određenje grada ostajalo je bez svog suvenira. Stoga, minđuše i privesci ukrašeni komadićima uglja predstavljaju prvi veliki pokušaj da se u kontekstu modernog nakita valorizuje rudarski identitet Pljevalja. Slogani kojima se nakit reklamira na vešt način kombinuju različite elemente rudarskog identiteta Pljevalja, kao i činjenicu da veliku broj Pljevljaka živi van Pljevalja, ali emotivno

[6] Na stvaranje osećaja nepravde posebno utiče široko rasprostranjeno uverenje da se tek minimalan deo novca koji se generiše iskopavanjem uglja i njegovim sagorevanjem za potrebe proizvodnje električne energije vrati u Pljevlja, a sve je to praćeno uverenjem da posebno upadljiva nebriga državnih autoriteta vlada po pitanju razumevanja i saniranja štetnih posledica koje velika i kontinuitrana zagađenost vazduha ostavlja na zdravlje ljudi. Dalje, višedecenijska sirovinska razvojna orijentacija uslovila je uverenje da ljudi u Pljevlja dolaze isključivo za profitom vezanim za eksploataciju rude, pri čemu se kontinuirano zanemaruje i nedovoljno vrednuje bogata kulturna baština grada i status koji su Pljevlja imala u prošlosti.

ostaje vezan za svoj zavičaj. Primera radi, u sloganu „Pljevaljsko crno zlato" jasna je aluzija na značaj uglja u razvoju Pljevalja, dok slogani „Neka vam je toplo oko srca gdje god bili", „Toplina doma", „Toplina Pljevalja", „Ponesite toplinu svog zavičaja", spretno kombinuju emocije vezane za porodični dom (toplinu porodičnog doma) i toplotu koju proizvodi ugalj kao ogrevni energent. Prema svedočenju autorke projekta, posebno veliko interesovanje za nakit vlada među pljevaljskim studentima i mlađim Pljevljacima koji žive van Pljevalja.

ZAKLJUČAK

Ugalj za Pljevljake ima dvojako značenje. Podseća ih na privrednu osnovu i ekonomsku moć grada, ali i na devastaciju životne sredine i (alarmantne) posledice koje sagorevanje uglja ostavlja na zdravlje ljudi. Snaga projekta izrade minđuša i privezaka ukrašenih ugljem leži u tome što nadilazi dosadašnji simbolizam koji se vezuje za ugalj i u prvi plan ističe jedan potpuno novi simbolički, kulturni, identitetski i estetski doživljaj fosilnog goriva, čija eksploatacija leži u osnovi razvoja Pljevalja kao industrijskog centra. Efekat se postiže neočekivanim izmeštanjem uglja iz sfere prljavog fosilnog goriva u kontekst kojim u savremenom društvu dominiraju plemeniti metali ili njihove imitacije. Kao i svaki ornament koji se stavlja na telo i nakit ukrašen ugljem ima određenu simboličku vrednost. Minđuše i privesci ukrašeni ugljem na efektan način evociraju i komuniciraju dominantnu ulogu rudarenja u razvoju modernih Pljevalja – upravo onu identitetsku kariku koja je nedostajala u dosadašnjim pokušajima valorizacije identiteta grada putem nakita ili suvenira. Individualna vrednost minđuša i privezaka ukrašenih ugljem ne proizilazi iz njihove objektivne ekonomske vrednosti, već se prevashodno sastoji u čuvanju uspomena i pripovedanju o identitetu grada. Stoga su i kupovina i nošenje ovog nakita dominantno motivisani lokalnim i ličnim identitetskim sentimentima. Nije isključeno da bi u nekom postkarbonskom društvu budućnosti

minđuše i privesci ukrašeni ugljem mogli postati institucionalizovana novina, čime bi ovaj interesantan projekat ženskog preduzetništva mogao postati tržišno kompetitivan izvan lokalnog konteksta.

BIBLIOGRAFIJA

Literatura

Ahde-Deal, P. 2013. *Women and Jewelry: A Social Approach to Wearing and Possessing Jewelry*. Helsinki: Aalto University.

Aspers, A., Godart, F. 2013. „Sociology of Fashion: Order and Change". *Annual Review of Sociology* 39: 171–192.

Banović, B, Milenković, M. 2022. *Ekonativizam, antiekspertski populizam i aproprijacija zelene politike u Srbiji*. Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju Univerziteta u Beogradu.

Blumer, H. 1969. „Fashion: from class differentiation to collective selection". *Sociological Quarterly* 10(3): 275–291.

Crane, D., Bovone, L. 2006. „Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing". *Poetics* 34: 319–333.

Daglas, M. 2001 (1966). *Čisto i opasno – analiza pojmova prljavštine i tabua*. Beograd: Biblioteka XX vek.

Eriksen, T. H. 2004. *What is Anthropology*. London: Pluto Press.

Jacka, J. K. 2018. „The anthropology of mining: the social and environmental impacts of resource extraction in the mineral age". *Annual Review of Anthropology* 47: 61–77.

Jenkins, R. 2008. *Social Identity*. London: Routledge.

Joknić, M. 2002. *Privredna panorama Pljevalja*. Pljevlja: Informativni centar „Pljevlja".

Jovičić, S., Mikić, H. 2006. *Kreativne industrije: Preporuke za razvoj kreativnih industrija u Srbiji*. Beograd: British Council Serbia and Montenegro.

Kisić, V. 2011. „Kulturne i kreativne industrije u Evropi". *Kultura: časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku* 133: 199–225.

Kojičić, J. 2021. *Zdravlje, ali (ne) za sve*. Podgorica: Fakultet za državne i evropske studije; Sindikat doktora medicine Crne Gore.

Kopytoff, I. 1986. „The cultural biography of things: Commoditization as process". In: Appadurai, A. (ed.) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, 64–92. Cambridge: Cambridge University Press.

Moors, A. 2013. „Wearing Gold, Owning Gold: The Multiple Meanings of Gold Jewelry". *Etnofoor* 25(1): 78–89.

Oakley, P. 2017. „Is Gold Jewelry Money? Social Analysis". *The International Journal of Anthropology* 61(4): 17–30.

Stahl, A. B. 2010. „Material histories". In: Hicks, D., Beaudry, M. C. (eds) *The Oxford Handbook of Material Culture Studies*, 150–172. Oxford – New York: Oxford University Press.

Tilley, C., Webb, K., Kuechler, S., Rowlands, M., Spyer, P. 2006. *Handbook of Material Culture*. London and Thousand Oaks, CA: SAGE.

Velimirović, D. 2015. „Moda i antropologija". *Etnoantropološki problemi* 10(4): 791–794.

Elektronski izvori

Gregorietti, G. 2012. "Jewelry". *Encyclopedia Britannica*. https://www.britannica.com/art/jewelry (pristup: 7. 7. 2022).

Tomović, P. 2021. „Termoelektrana Pljevlja: Rekonstrukcija ili gašenje". *Radio Slobodna Evropa*. https://www.slobodnaevropa.org/a/termoelektrana-pljevlja-ekoloska-rekonstrukcija/31494222.html (pristup: 28. 12. 2021).

Zeman Geiger, M., Zeman, Z. 2011. „Suveniri – simboli lokalnih identiteta, ekspresije kulturne baštine i promotori turizma". *Međunarodni znanstveno-stručni skup: Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova,* 1–15. https://bib.irb.hr/datoteka/537823.D44_GeigerZeman_Zeman.pdf (pristup: 16. 11. 2021).

COAL JEWELRY: TOWARDS ADDING NEW MEANINGS

Abstract: *As coal combustion is one of the main global pollutants, the EU is trying to reduce the use of this fossil fuel and stimulate the production of electricity from renewable sources. In the Pljevlja region, traces of mining can be found dating back to distant past, but coal exploitation did not start to play a key role in the town's development until the socialist period. In the years when the Pljevlja Thermal Power Plant is facing the threat of shutdown due to the hours of operation provided by the EU's Large Combustion Plants Directive, and when the future of coal exploitation in*

Pljevlja and its whole economy have been put into question, local artists and entrepreneurs gathered in the NGO "Umbrella for the Sun" („Kišobran za Sunce") have begun to manufacture jewellery and other items decorated with pieces of local coal. Based on a broad theoretical framework of creative industries, the paper analyses this interesting and innovative project of female entrepreneurship and focuses on the process of creating a new symbolic cultural identity and an aesthetic experience of coal.

Keywords: *coal jewellery, NGO "Umbrella for the Sun", earrings, pendants, identity, Pljevlja, female entrepreneurship*